

REDISEÑO DE LA IDENTIDAD VISUAL DE LA JAC DEL BARRIO TRICENTENARIO 2026

GERALDINE BUSTAMANTE OSPINA



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO

MEDELLÍN 2026

Rediseño de la identidad visual de la JAC del barrio Tricentenario
(Comuna 5, Castilla, Medellín), para mejorar su interacción con la comunidad
a través de un sistema gráfico claro y efectivo.

Trabajo de grado modalidad investigación para optar al título de:

Diseñadora gráfica

Geraldine Bustamante Ospina

Asesoría académica:

Claudia L-F-Castiblanco

Magíster en Estética

Institución Universitaria Pascual Bravo

Facultad de Producción y Diseño Profesional en Diseño Gráfico Medellín

2026

A las personas que dedican esfuerzo y tiempo en
realizar labores que benefician
a otros en su comunidad.

**Su trabajo inspiró esta
investigación.**

Agradezco a la profesora Claudia Castiblanco, por su esfuerzo, dedicación y conocimientos para la realización de este proyecto de grado, me siento honrada de poder **lograr este proyecto y que pueda servir a otros** como base para próximas investigaciones.

Tabla de contenido

GLOSARIO	7
RESUMEN / ABSTRACT	8
PALABRAS CLAVE.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
1. EL PROBLEMA.....	11
1.1. Identificación del problema	11
1.2. Planteamiento del problema	11
1.3. Formulación del problema	14
2. JUSTIFICACIÓN	15
2.1. Contextualización del problema	15
2.2. Importancia teórica.....	15
2.3. Relevancia práctica	16
2.4. Originalidad y novedad	16
2.5. Viabilidad.....	17
3. OBJETIVOS.....	18
3.1. Objetivo general.....	18
3.2. Objetivos específicos.....	18
4. REFERENTES TEÓRICOS	19
4.1 Marco teórico.....	19
4.2 Marco conceptual	21
4.3 Marco legal.....	22
4.4 Antecedentes	23
4.5 Justificación teórica.....	24
5. METODOLOGÍA	26
5.1. Enfoque metodológico.....	26
5.2. Fases del proceso	27
5.2.1. Empatizar:.....	27
5.2.2. Definir:.....	28
5.2.3. Idear:.....	29
5.2.4. Prototipar:.....	29
5.2.5. Probar / Testear:.....	30
5.3. Métodos y técnicas	31
5.3.1. Fase 1: Empatizar.....	31
5.3.2. Fase 2: Definir	32
5.3.3. Fase 3: Idear	32
5.3.4. Fase 4: Prototipar	32
5.3.5. Fase 5: Probar	33
5.4. Instrumentos para la recolección de datos.....	33
5.5. Tipo de investigación.....	34
5.5.1. Alcance de la investigación.....	34
5.5.2. Finalidad de la investigación.....	35
5.5.3. Enfoque de la Investigación.....	36
5.5.4. Fuentes de datos	36
5.5.5. Técnicas e instrumentos para recolección de la información	37

5.6.	Recursos del proyecto.....	38
5.7.	Cronograma de actividades	39
6.	RESULTADOS DEL PROYECTO	40
6.1.	En el diseño de la investigación	40
6.2.	En los métodos de investigación.....	40
6.3.	En los prototipos y elementos del diseño.....	41
6.4.	Registro del proceso.....	41
6.5.	Análisis del impacto	42
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44
7.1.	Nuevas preguntas derivadas del proyecto.....	44
7.2.	Recomendaciones	45
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
	BIBLIOGRAFÍA.....	47
	ANEXOS	48

GLOSARIO

Aplicaciones gráficas	Usos visuales de la identidad de marca en diferentes formatos físicos y digitales, como papelería, redes sociales o señalización.
Branding	Proceso estratégico mediante el cual se construye y fortalece la identidad y percepción de una marca u organización.
Comunicación visual	Proceso de transmisión de información mediante elementos gráficos, imágenes, colores y composiciones visuales.
Identidad visual	Conjunto de elementos gráficos que representan visualmente una organización, permitiendo su reconocimiento y diferenciación frente a otras entidades.
Integración comunitaria	Proceso mediante el cual la comunidad fortalece su participación y sentido de pertenencia a través de actividades y dinámicas colectivas.
Logotipo	Representación gráfica principal que identifica visualmente a una organización, institución o proyecto.
Manual de marca	Documento que establece los lineamientos para el uso correcto de los elementos visuales de una marca, incluyendo logotipo, colores, tipografía y aplicaciones gráficas.
Paleta cromática	Conjunto de colores seleccionados para representar visualmente la identidad de una marca o institución.
Sistema gráfico	Conjunto organizado de elementos visuales que mantienen coherencia en la comunicación de una marca o institución.
Tipografía	Estilo y diseño de las letras utilizadas en piezas gráficas para garantizar coherencia visual y legibilidad.

RESUMEN / ABSTRACT

Una comunicación visual efectiva se convierte en un componente estratégico que permite garantizar el reconocimiento de una marca, proyectar su profesionalismo al contar con lineamientos claros y ahorrar tiempo al evitar errores de diseño, por ello la investigación que soporta el presente proyecto de grado, tiene como propósito rediseñar la identidad visual para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. Esto mejora el reconocimiento de esta organización que es cívica, social y comunitaria de gestión social, sin ánimo de lucro, a la vez que responde a las necesidades de accesibilidad, información y participación de la comunidad, a través de herramientas gráficas en formatos análogos y digitales, que buscan fortalecer la difusión de actividades, promover la interacción entre los habitantes y consolidar la identidad comunitaria, contribuyendo a una comunicación más efectiva dentro de la comunidad.

PALABRAS CLAVE

-Investigación formativa e investigación aplicada-

-Comunicación visual-

-Identidad visual-

-Sistema gráfico-

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un elemento clave para el desarrollo social y la participación comunitaria, especialmente en contextos urbanos diversos como el barrio Tricentenario, ubicado en la Comuna 5 de Medellín. En este entorno, caracterizado por una amplia diversidad socioeconómica y cultural, la falta de sistemas de comunicación visual adaptados ha limitado la integración y la cohesión social de sus habitantes.

El presente proyecto tiene como propósito rediseñar la identidad visual de la Junta de acción Comunal, por medio de un sistema gráfico efectivo, que no solo permita superar las barreras existentes en la difusión de información, sino que también fomente la participación equitativa de todos los residentes, independientemente de su condición socioeconómica, edad o capacidades físicas. A través de este sistema, se busca fortalecer el sentido de identidad comunitaria y promover el acceso universal a la información sobre actividades y recursos disponibles para la interacción social en la zona.

Este enfoque integra principios de diseño y tecnologías de la información, combinando soportes gráficos y digitales similares para garantizar la accesibilidad y la comprensión por parte de todos los grupos sociales del barrio. El resultado esperado es un sistema que no solo facilita la comunicación, sino que también empodera a los residentes, contribuyendo a la construcción de un tejido social más cohesionado y participativo.

El enfoque del proyecto es mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para lograr una comprensión integral de las necesidades comunicativas del barrio Tricentenario. A través del enfoque cualitativo, se busca explorar en profundidad las experiencias, percepciones y barreras de los habitantes mediante entrevistas, grupos focales y observación directa. Por otro lado, el enfoque cuantitativo permite recopilar datos numéricos mediante encuestas estructuradas, proporcionando información objetiva sobre el acceso a la información y la percepción de la comunidad. Esta

combinación garantiza un análisis detallado y equilibrado, permitiendo diseñar un sistema de comunicación visual fundamentado tanto en datos concretos como en la comprensión.

1. EL PROBLEMA

Al momento de iniciar la presente investigación, la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario, ubicado en la Comuna 5 Castilla de Medellín, presentaba una identidad visual poco cuidada o definida, sin lineamientos gráficos que permitieran una comunicación institucional clara y coherente.

1.1. Identificación del problema

El signo distintivo de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario fue diseñado en el momento mismo en que se formó la junta el 4 de marzo del 2000. Durante estos veintiséis años solamente se conservó una imagen en JPG que se usaba en todas las piezas y que ya estaba deformada pues carecía de una guía de uso, de un manual de estilo, o un manual de identidad visual que permitiera conservarla. Esta situación ha dificultado el reconocimiento de la organización dentro de la comunidad y genera inconsistencias en las piezas gráficas utilizadas para difundir información y actividades comunitarias.

1.2. Planteamiento del problema

La ausencia de un sistema gráfico organizado limita la proyección visual de la Junta de Acción Comunal y afecta la manera en que la información es comunicada a los habitantes del sector, como consecuencia, se presenta una baja coherencia visual en los diferentes medios impresos y digitales, reduciendo el impacto comunicativo y el fortalecimiento de la identidad comunitaria.

Al realizar el análisis de las piezas y tipos de comunicación usadas por la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario, durante los dos últimos años (2024-2025), se evidencian varias dificultades, entre ellas: la falta de una identidad gráfica institucional que la represente visualmente, debido a una ausencia de lineamientos visuales claros que permitan una elaboración de piezas gráficas para los diferentes medios de comunicación usados, más el uso inconsistente de los elementos visuales en la difusión de información comunitaria, todo lo anterior genera un bajo reconocimiento de la JAC

dentro de la comunidad, dificulta la comunicación y la difusión de las actividades programadas, por ende hay una imagen institucional débil con poco sentido de pertenencia comunitario.

De este análisis se construye el árbol de problemas, donde se puede ver más claramente las relaciones establecidas en la Figura 1

Falencias

Causa 1: Falta de una identidad gráfica institucional que represente visualmente a la Junta de Acción Comunal.

Causa 2: Ausencia de lineamientos visuales para la elaboración de piezas gráficas y medios de comunicación institucional.

Causa 3: Uso inconsistente de elementos visuales en la difusión de información comunitaria.

Consecuencias

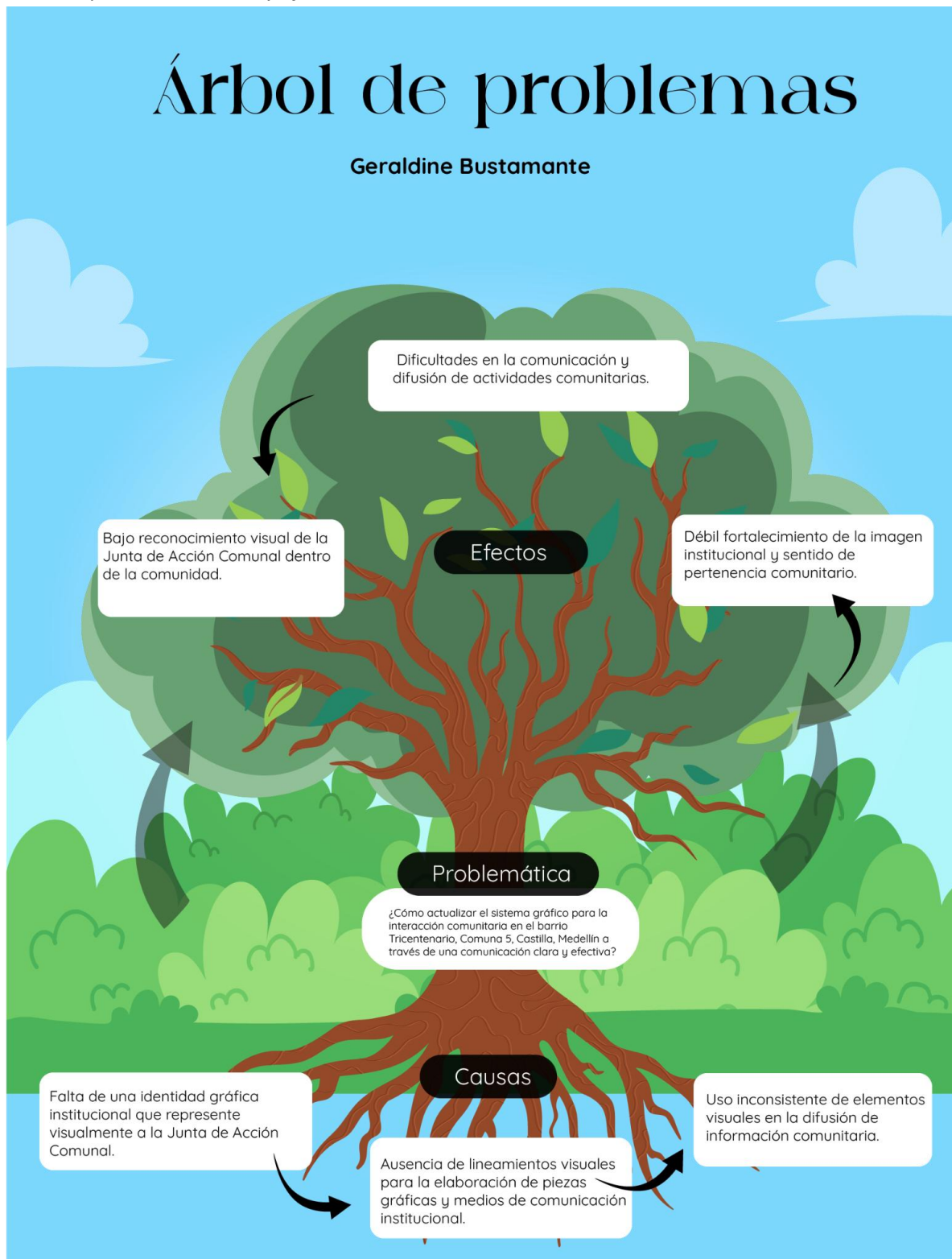
Efecto 1: Bajo reconocimiento visual de la Junta de Acción Comunal dentro de la comunidad.

Efecto 2: Dificultades en la comunicación y difusión de actividades comunitarias.

Efecto 3: Débil fortalecimiento de la imagen institucional y sentido de pertenencia comunitario.

Figura 1

Árbol de problemas causas y efectos.



Fuente: Autoría propia.

1.3. Formulación del problema

A partir de lo anterior, se formula la siguiente pregunta de investigación que lleva a la solución planteada:

**¿Cómo actualizar el sistema gráfico
para la interacción comunitaria
en el barrio Tricentenario,
de la Comuna 5,
Castilla, Medellín
a través de una
comunicación
clara y efectiva?**

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. Contextualización del problema

Este proyecto nace de la necesidad de mejorar la comunicación visual y fortalecer la identidad del barrio Tricentenario, en la Comuna 5 Castilla de Medellín. Actualmente, la comunidad presenta dificultades para compartir información y conectar a sus habitantes, debido a la falta de una identidad visual clara y de herramientas gráficas que ayuden a comunicar las actividades del barrio de forma organizada y accesible.

Por eso, el proyecto se centra en el rediseño de la identidad visual y en la creación de un manual de marca que permita unificar la comunicación gráfica del barrio, ayudando a que la comunidad sea más reconocible y fortaleciendo el sentido de pertenencia de sus habitantes.

Con esta propuesta se busca crear una identidad visual cercana, funcional e inclusiva, pensada para las necesidades reales de la comunidad, haciendo que la información sea más clara, atractiva y fácil de entender para personas de diferentes edades y contextos. Además, el manual de marca servirá como guía para mantener coherencia en futuras piezas gráficas y procesos de comunicación del barrio.

2.2. Importancia teórica

La investigación sobre sistemas de comunicación visual aporta significativamente al campo del diseño comunicativo y la interacción social en contextos urbanos. Teóricamente, este estudio se enmarca en las discusiones sobre la comunicación como herramienta clave para fomentar la cohesión social y la participación comunitaria. Al analizar cómo la falta de un sistema de comunicación afecta la integración de los habitantes de Tricentenario, se profundiza en la relación entre la accesibilidad a la información y la construcción del tejido social. Además, este proyecto ofrece una oportunidad para explorar teorías relacionadas con una comunicación visual efectiva, que considera las necesidades particulares de la población de acuerdo a su diversidad cultural y

generacional.

La importancia teórica del proyecto que logra el rediseño de la identidad visual en el barrio Tricentenario radica en su capacidad para integrar diversos conceptos fundamentales en el ámbito de la comunicación comunitaria, y el empoderamiento ciudadano. Este enfoque no solo proporciona un marco para entender cómo la comunicación efectiva puede mejorar la cohesión social, sino que también destaca la relevancia de las tecnologías de la información como herramientas facilitadoras de participación.

2.3. Relevancia práctica

Desde un punto de vista práctico, la implementación de un sistema gráfico para la comunicación visual en el barrio Tricentenario tiene el potencial de transformar la forma en que los habitantes se conectan entre sí y con su entorno. Al mejorar el acceso a la información y fomentar una mayor participación en las actividades comunitarias, este sistema no solo ayudará a integrar a grupos marginados (personas mayores, personas con discapacidades, etc.), sino que también permitirá una gestión más eficiente de los recursos y oportunidades locales. La solución desarrollada podría convertirse en un modelo replicable para otros barrios de Medellín y más allá, especialmente en comunidades con características socioeconómicas similares.

2.4. Originalidad y novedad

El proyecto de comunicación visual para el barrio Tricentenario se distingue por su enfoque innovador en la implementación de un manual de marca para la Junta de Acción comunal del barrio Tricentenario, el cual tiene como enfoque lo social. A continuación se detallan los aspectos clave que destacan su originalidad y novedad. A través de murales dinámicos y mapas interactivos, se fomenta la participación activa de los residentes, permitiendo que cada miembro de la comunidad contribuya a la creación y difusión de información relevante. La implementación de realidad aumentada y plataformas digitales no solo moderniza la comunicación, sino que también amplía el acceso a

información en tiempo real, superando barreras tradicionales. Mediante talleres de capacitación, el proyecto no solo informa, sino que también otorga habilidades a los habitantes, promoviendo un enfoque de autogestión y fortaleciendo la cohesión social.

2.5. Viabilidad

La viabilidad del proyecto se sustenta en varios factores claves:

En primer lugar, la comunidad de Tricentenario ya cuenta con una estructura organizativa de más de veinte años, a nivel local que facilitará la colaboración para el desarrollo del sistema.

En segundo lugar, la implementación de un sistema de comunicación visual puede lograrse de manera económica utilizando tecnologías accesibles y materiales visuales que no requieren una gran inversión inicial.

Además, la participación activa de la comunidad en el proceso de diseño garantiza una mayor apropiación y sostenibilidad del sistema en el largo plazo.

Finalmente, el apoyo de entidades locales y la posibilidad de obtener recursos a través de subvenciones y alianzas con organizaciones locales hacen que el proyecto sea factible tanto técnica como financieramente.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Consolidar un sistema de identidad visual efectivo que facilite la comunicación entre la Junta de Acción Comunal y los habitantes del barrio Tricentenario, Comuna 5, Castilla, en Medellín, integrando herramientas gráficas en soportes análogos y digitales, bajo un enfoque centrado en las necesidades de los usuarios de la comunidad.

3.2. Objetivos específicos

- *Analizar las necesidades comunicativas* de los habitantes del barrio Tricentenario para la consolidación de la interacción comunitaria.
- *Proponer una propuesta gráfica* (maqueta o boceto) acorde para el proyecto.
- *Diseñar una herramienta gráfica funcional* que garantice una comunicación clara y efectiva, tanto en medios analógicos como digitales, entre la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario y la comunidad.

4. REFERENTES TEÓRICOS

4.1 Marco teórico

El presente marco teórico establece los fundamentos conceptuales que sustentan el rediseño de la identidad visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario, ubicada en la Comuna 5 de Medellín, a través de esta revisión bibliográfica, se identifican conceptos relacionados con la identidad visual, la comunicación gráfica y el diseño de marca, elementos fundamentales para fortalecer la comunicación y el reconocimiento de una organización dentro de su comunidad.

La identidad visual constituye uno de los principales medios para representar y comunicar la esencia de una institución. En este sentido, Chaves (2020) afirma que la marca gráfica corporativa e institucional permite transmitir visualmente la identidad, los valores y la personalidad de una organización, facilitando su reconocimiento por parte de los diferentes públicos. Una identidad visual sólida contribuye a generar confianza, sentido de pertenencia y posicionamiento dentro de la comunidad.

Por otra parte, el diseño gráfico cumple una función estratégica en los procesos de comunicación, según Frascara (2000), el diseño debe responder a las necesidades de comunicación de las personas y contribuir a la solución de problemas mediante mensajes claros y efectivos. Desde esta perspectiva, el diseño gráfico no solo tiene una función estética, sino que también facilita la comprensión de la información y fortalece la interacción entre las organizaciones y sus públicos.

Asimismo, la identidad de marca está conformada por diversos elementos visuales que permiten comunicar la esencia de una organización, como señala Wheeler (2018), elementos como el logotipo, los colores, las tipografías y los símbolos, ayudan a construir una imagen coherente y reconocible. La adecuada aplicación de estos componentes favorece la diferenciación institucional y fortalece la percepción que la comunidad tiene de la organización.

De igual manera, la construcción de una identidad visual requiere procesos creativos y

comunicacionales orientados a garantizar la coherencia de la marca. Por ejemplo, la Biblioteca Empresa Inteligente (2024) sostiene que toda marca implica la definición de lineamientos visuales que permitan mantener una comunicación consistente en los diferentes medios y soportes utilizados por la organización.

Por su parte, como parte de la consulta y revisión de ejemplos que constituyan un estado del arte más cercano al producto esperado, se analizan dos referentes: el Manual de Identidad Visual de la Alcaldía de Medellín - Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación, donde se destaca que: *“Los Manuales de Identidad son esenciales para que el mensaje institucional llegue a los ciudadanos y al interior del mismo Conglomerado Público bajo una imagen coherente, unificada y eficiente, que permita su reconocimiento y posicionamiento”* (<https://www.medellin.gov.co/es/manuales-de-identidad-corporativa/>, 2025); y el Manual de Identidad Visual de la Institución Universitaria Pascual Bravo, por su parte, en este se destaca que *“La identidad visual de una Institución se conforma a través del uso armónico del nombre, símbolos y colores que la distinguen. Su correcta utilización es esencial para lograr efectos de recordación positiva e inmediata en el observador”* ([Manual de identidad visual - Institución Universitaria Pascual Bravo](#), 2024).

En consecuencia, los aportes teóricos de Chaves (2020), Frascara (2000), Wheeler (2018), la Biblioteca Empresa Inteligente (2024) y la Institución Universitaria Pascual Bravo (2024) proporcionan las bases conceptuales necesarias para el desarrollo del rediseño de la identidad visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. Estos planteamientos permiten comprender la importancia de una identidad gráfica coherente como herramienta para fortalecer la comunicación, el reconocimiento institucional y el sentido de pertenencia dentro de la comunidad, a través de una identidad gráfica compuesta por elementos como el logotipo o Isologo, los símbolos, la tipografía y la gama cromática que integrados de manera armónica logren consolidar una imagen institucional clara y funcional.

En la tabla 1 se pueden observar otros títulos consultados como parte del rastreo teórico y conceptual para el desarrollo del presente sistema gráfico.

Tabla 1

Ficha de referentes consultados

Ficha N°	Título del tema consultado	Autores	Referencia Bibliográfica en Apa	Ubicación (Dirección Electrónica Específica)	Coloque acá el parrafo copiado que le servirá para su proyecto y la página
1	Marca gráfica corporativa institucional y de lugar	Norberto Chaves	Chaves, N. (2020). Marca gráfica: corporativa, institucional y de lugar. Madrid: Experimenta.	https://www.experimenta.es/tienda/producto/marca-grafica-corporativa-institucional-y-de-lugar/?utm_source=	La marca gráfica debe transmitir visualmente la identidad y características de la institución que representa." Página: 21
2	Diseño gráfico para la gente	Jorge Frascara	Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente. Buenos Aires: Infinito.	https://bellasartes.ugr.es/docencia/grados/graduados-bellas-artses/identidad-visual-y-senaletica/11/guia-docente?utm_source=	El diseño gráfico debe responder a las necesidades de comunicación de las personas y contribuir al cambio social." Página: 15
3	Diseño de identidad de marca	Alina Wheeler	Wheeler, A. (2013). Diseño de identidad de marca. Madrid: Anaya Multimedia.	https://www.researchgate.net/publication/348578759_IDENTIDAD_DE_MARCA_PARA_EMPRESAS_AGRICOLAS_SISTEMATIZACION_DE_EXPERIENCIAS?utm_source=	La identidad de marca organiza elementos visuales que permiten comunicar los valores y personalidad de una organización." Página: 18.
4	Guía para diseñar una marca	Biblioteca Empresa Inteligente	Biblioteca Empresa Inteligente. (2024). Guía para diseñar una marca.	https://biblioteca.empresa inteligente.com/resources/biblioteca/archivos/guia_para_diseñar_una_marca.pdf?utm_source=	Toda marca implica procesos creativos y comunicacionales que construyen identidad visual." Página: 40.
5	Manual de identidad visual para empresa	Institución Universitaria Pascual Bravo	Institución Universitaria Pascual Bravo. (2024). Manual de identidad visual para empresa. Medellín, Colombia.	https://repositorio.pascualbravo.edu.co/bitstream/pascualbravo/877/1/Rep_IUPB_Tec_Dis_Gra_Identidad_Visual.pdf?utm_source=	La identidad gráfica se compone de signos visuales como logotipo, símbolo y gama cromática." Página: 21.

Nota: Fuentes consultadas en bases de datos académicas

4.2 Marco conceptual

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar un sistema de comunicación visual efectivo en el barrio Tricentenario, Comuna 5 de Medellín, a través de la creación de materiales gráficos accesibles que fomenten la interacción y participación de todos los habitantes, incluidos los grupos vulnerables. La comunicación visual inclusiva se define como un enfoque que utiliza elementos

visuales claros y comprensibles para garantizar el acceso a la información, lo que está intrínsecamente relacionado con la accesibilidad y la participación comunitaria.

Estas variables se evaluarán mediante encuestas y pruebas de usabilidad, permitiendo medir el nivel de participación y satisfacción de los habitantes, así como su percepción de empoderamiento en la toma de decisiones.

Al integrar la tecnología y un diseño centrado en las necesidades de la comunidad, se espera que el sistema de comunicación contribuya a fortalecer la cohesión social y el sentido de pertenencia al Tricentenario, ofreciendo un modelo replicable para otras comunidades urbanas con características similares.

4.3 Marco legal

El desarrollo del presente proyecto de rediseño de la identidad visual de la Junta de Acción Comunal (JAC) del barrio Tricentenario se encuentra respaldado por diferentes disposiciones legales relacionadas con el reconocimiento de las organizaciones comunitarias, la protección de la propiedad intelectual y los derechos de autor aplicables a las creaciones gráficas e institucionales.

En primer lugar, la Constitución Política de Colombia de 1991 reconoce en su artículo 38 el derecho a la libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. Este principio sustenta la existencia y funcionamiento de las Juntas de Acción Comunal como organizaciones de carácter cívico y comunitario orientadas al desarrollo social de sus territorios.

Asimismo, la Ley 2166 de 2021, por medio de la cual se establece el régimen de acción comunal en Colombia, regula la organización, funcionamiento y fortalecimiento de las Juntas de Acción Comunal. Esta normativa reconoce la importancia de estas organizaciones como actores fundamentales en la promoción de la participación ciudadana y el desarrollo comunitario, permitiéndoles construir mecanismos de identificación institucional que faciliten su reconocimiento

ante la comunidad.

Por otra parte, el diseño de una identidad visual se encuentra protegido por las disposiciones relacionadas con los derechos de autor. En Colombia, la Ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor establece la protección jurídica de las obras artísticas y gráficas, reconociendo los derechos morales y patrimoniales de los autores sobre sus creaciones. De esta manera, los elementos gráficos desarrollados dentro del proyecto, tales como logotipos, símbolos, composiciones visuales y piezas de identidad corporativa, constituyen creaciones susceptibles de protección legal.

De igual forma, la Decisión Andina 351 de 1993 establece el régimen común sobre derechos de autor y derechos conexos para los países miembros de la Comunidad Andina, complementando la protección de las obras de diseño gráfico y comunicación visual desarrolladas en el marco del proyecto.

En relación con la protección de los signos distintivos, la Decisión Andina 486 de 2000 regula el régimen común de propiedad industrial, contemplando la protección de marcas, nombres comerciales y demás elementos utilizados para identificar organizaciones, productos o servicios. Aunque el presente proyecto tiene un carácter académico y comunitario, esta normativa sirve como referencia para comprender la importancia de construir una identidad visual diferenciadora y coherente.

Finalmente, el Manual de Identidad Visual desarrollado para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario se constituye como un instrumento técnico que establece los lineamientos para el uso adecuado de la marca, garantizando la coherencia gráfica, la correcta aplicación de sus elementos visuales y el fortalecimiento de la imagen institucional de la organización dentro de la comunidad.

4.4 Antecedentes

En los últimos años, varios estudios y proyectos han abordado la importancia de la comunicación visual inclusiva y la participación comunitaria en entornos urbanos. Uno de los enfoques más

destacados se encuentra en el trabajo de Morrison y Ennis (2015), quienes analizaron cómo los sistemas de señalización visual en comunidades marginadas podrían facilitar el acceso a información esencial y promover la inclusión social. Su investigación mostró que un diseño bien planificado puede ayudar a reducir las barreras comunicativas, aumentando la participación en actividades comunitarias. Sin embargo, su enfoque no consideró de manera integral la diversidad cultural y las capacidades de todos los miembros de la comunidad, lo que limita su aplicabilidad en contextos específicos.

Otro ejemplo significativo es el proyecto "Carteles para la Inclusión" llevado a cabo en varias localidades de América Latina, donde se diseñaron carteles gráficos adaptados para poblaciones con discapacidades visuales y auditivas. Este proyecto demostró que la inclusión de elementos visuales accesibles puede mejorar la comunicación y fomentar la participación. Sin embargo, el proyecto se centró principalmente en un tipo de soporte visual (análogo), sin integrar herramientas digitales que podrían haber ampliado su alcance y efectividad.

En el barrio Tricentenario, ubicado en la Comuna 5 de Medellín, la falta de un sistema de comunicación visual efectivo ha generado importantes desafíos para la integración y participación de sus habitantes. Esta carencia se manifiesta en un bajo nivel de participación ciudadana en las decisiones locales, lo que limita la cohesión social y la construcción de una comunidad informada. Adicionalmente, el Programa de Participación Ciudadana en Medellín ha promovido iniciativas que buscan empoderar a las comunidades a través de la toma de decisiones colectivas. Aunque se ha logrado un progreso notable en la participación, los estudios de Gutiérrez et al. (2018) han indicado que aún persisten desafíos en la comunicación efectiva de información crítica para la comunidad, lo que sugiere la necesidad de un enfoque más inclusivo y accesible en el diseño de herramientas comunicativas.

4.5 Justificación teórica

Para guiar este estudio sobre el diseño de un sistema de comunicación visual en el barrio Tricentenario, se han seleccionado teorías clave que abordan directamente el problema de la falta de un sistema efectivo. La teoría de la comunicación visual fundamenta el uso de elementos visuales claros y accesibles, lo que es esencial en un contexto diverso como el de Tricentenario, donde se busca mejorar la comprensión y el acceso a la información.

La teoría del diseño inclusivo garantiza que el sistema atienda las necesidades de todos los usuarios, promoviendo un enfoque participativo que integre las voces de los habitantes en el proceso de diseño y ejecución. Finalmente, la teoría de la participación comunitaria empodera a los ciudadanos al involucrarse activamente en la toma de decisiones, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la cohesión social. Juntas, estas teorías proporcionan un marco integral que no solo orienta la implementación del sistema de comunicación, sino que también transforma las dinámicas sociales en la comunidad, fomentando una participación activa y significativa.

5. METODOLOGÍA

Para desarrollar el sistema de comunicación visual del barrio Tricentenario, en este proyecto se aplicó la metodología **Design Thinking**, como enfoque centrado en el usuario que se caracteriza por su naturaleza iterativa, colaborativa y que al estar orientada a la resolución creativa de problemas permitía revisar el rediseño de identidad visual, funcional, centrada en las necesidades de sus habitantes.

Siguiendo la estructura de esta metodología, que se basa en cinco etapas, se procedió primero a **empatizar** con los habitantes del sector mediante investigación participativa; luego a **definir** el desafío para el desarrollo del rediseño de la identidad visual de la JAC del barrio Tricentenario; posteriormente, en **ideación**, se proponen soluciones como el uso de íconos universales, esquemas visuales intuitivos y formatos adaptados a medios impresos y digitales; al **prototipar**, se crean versiones preliminares de la guía que incluyen elementos gráficos inclusivos como colores de alto contraste, tipografías legibles y lenguaje claro y finalmente, en **probar**, se validan los prototipos con la comunidad para ajustar el diseño según su retroalimentación. Este proceso iterativo y colaborativo asegura que la solución final promueva la inclusión, la claridad y la utilidad del sistema, fortaleciendo el sentido de pertenencia en la comunidad.

5.1. Enfoque metodológico

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, el desarrollo del rediseño de la identidad visual y del manual de marca para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario se realizó mediante un enfoque Cualitativo que busca comprender los significados, las experiencias y los contextos en los que se aplicaría el sistema visual, mediante interpretaciones de cualidades, a partir de esta metodología centrada en el usuario, que permite construir una propuesta gráfica acorde con las necesidades comunicativas e institucionales de la comunidad en un proceso estructurado en las cinco etapas: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Probar o Testear.

5.2. Fases del proceso

Si bien dentro de la investigación se desarrollaron varias de las fases más tradicionales, como son:

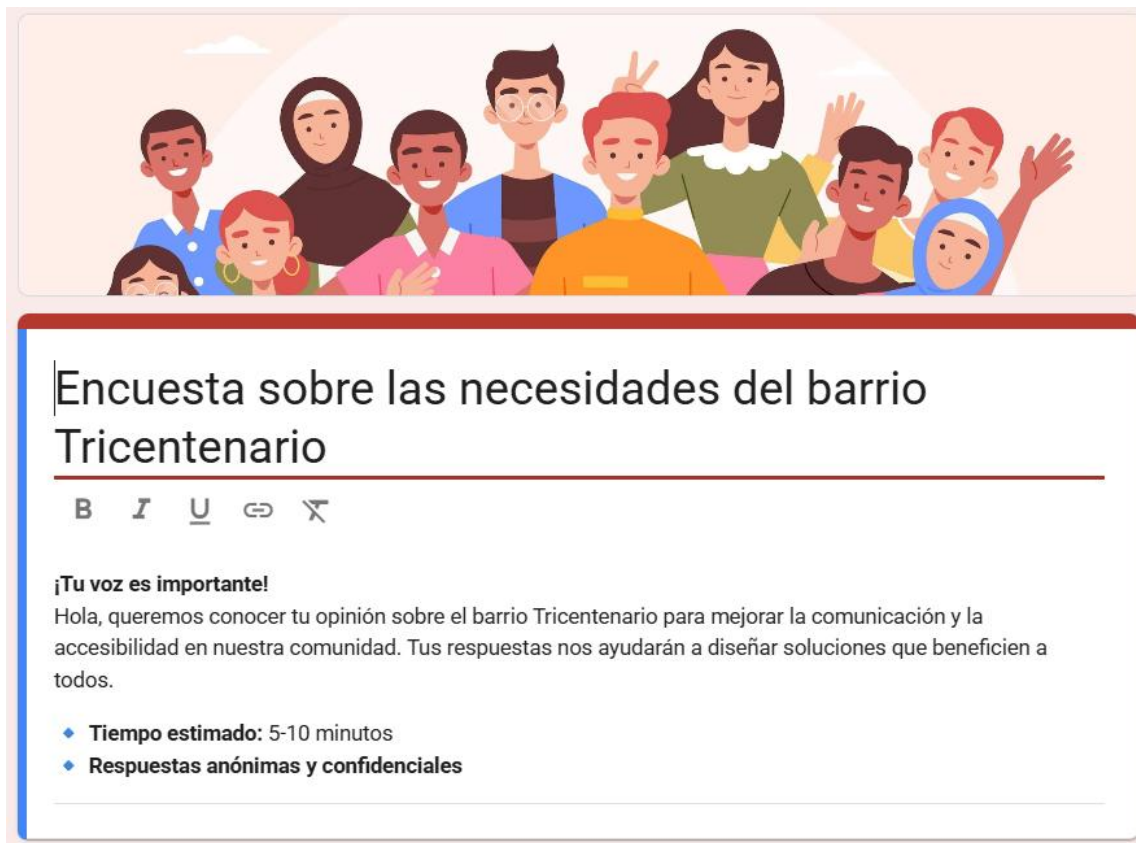
- La fase de diseño
- La fase de trabajo de campo
- La fase analítica
- La fase informativa

Estas fases se mezclaron dentro del desarrollo, a su vez, de las fases del **Design Thinking**, por ello el planteamiento, la recogida de los datos, el procesamiento de la información obtenida, y la redacción de resultados se exponen a continuación con mayor profundidad dentro de cada una de las cinco fases de la metodología **D.T**:

5.2.1. Empatizar:

En la fase de diseño, se realizó una investigación participativa que incluía trabajo de campo en el barrio Tricentenario para identificar: las necesidades comunicativas y visuales de la Junta de Acción Comunal y de la comunidad; percepciones y necesidades tanto de niños, adultos como de personas mayores respecto a la comunicación de la Junta; igualmente se buscaba lograr identificar las problemáticas relacionadas con la identidad visual y los medios de difusión de la información comunitaria que maneja la Junta.

Esta etapa se llevó a cabo a través de entrevistas y encuestas, observación directa y recopilación de información, donde se analizaron las problemáticas relacionadas con la falta de identidad visual, el uso inconsistente de elementos gráficos y las dificultades en la difusión de información institucional.



5.2.2. Definir:

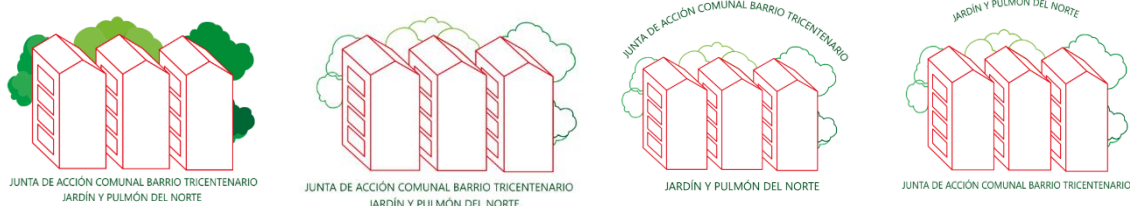
Con base en los hallazgos obtenidos, como fase analítica, se estableció como desafío principal la creación de una identidad visual coherente y representativa para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. Esta etapa permitió identificar la necesidad de desarrollar un manual de marca que organiza y unifica los lineamientos gráficos institucionales para fortalecer el reconocimiento y la comunicación visual dentro de la comunidad, para fortalecer el reconocimiento institucional de la Junta de Acción Comunal dentro del barrio.

Apoyan:



5.2.3. Idear:

En esta fase se desarrollaron diferentes propuestas gráficas relacionadas con la construcción de la identidad visual, incluyendo logotipo, paleta cromática, tipografía, revisión de elementos y aplicaciones gráficas. Además, se exploraron alternativas visuales que permitieran representar la identidad y los valores de la Junta de Acción Comunal de manera clara, funcional y adaptable a distintos medios impresos y digitales, también como parte de la fase analítica, a continuación se presentan algunos ejemplos del proceso de bocetación:



5.2.4. Prototipar:

Se elaboraron versiones preliminares de la identidad visual y del manual de marca, integrando lineamientos gráficos que garantizaran coherencia, legibilidad y reconocimiento institucional para el uso correcto del logotipo, colores corporativos, tipografías y aplicaciones institucionales. Los prototipos permitieron visualizar la coherencia gráfica del sistema visual y evaluar su funcionalidad en diferentes piezas comunicativas. A continuación se incluyen cuatro ejemplos de los prototipos presentados para su selección:



5.2.5. Probar / Testear:

Finalmente, las propuestas gráficas fueron revisadas y ajustadas a partir de la retroalimentación obtenida durante el proceso, esto permitió consolidar una solución visual funcional, clara y representativa para la comunidad. Esta etapa valida la claridad, legibilidad y representación visual de la identidad desarrollada.

El proceso iterativo y colaborativo permite desarrollar y consolidar un manual de marca que fortalece la imagen institucional de la Junta de Acción Comunal y mejora la proyección visual de sus comunicaciones dentro del barrio Tricentenario.



Isologo propuesto versión 1:

Ejemplo de aplicación prueba 1:



5.3. Métodos y técnicas

Si bien esta investigación surge de un estudio de caso centrado en el diseño de un sistema de comunicación visual inclusivo y efectivo, que buscaba superar las barreras existentes en la difusión de información y fomentar la participación equitativa de todos los residentes del barrio, independientemente de su condición socioeconómica, edad o capacidades físicas, las variaciones propias del proceso investigativo, luego de pasar por el ejercicio etnográfico de la observación en campo, llega a la decisión de cerrar el objeto de estudio a un sistema de identidad visual para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario.

De acuerdo a este cambio, se presentan los siguientes Métodos y técnicas aplicados:

5.3.1. Fase 1: Empatizar

- Entrevistas semiestructuradas: Para conocer de primera mano las necesidades, expectativas y barreras de los habitantes.
- Observación directa: Documentar cómo los habitantes interactúan actualmente con la

información recibida por parte de la JAC.

- **Mapa de empatía:** Identificar lo que los usuarios piensan, sienten, dicen y hacen respecto a la comunicación visual del barrio.
- **Encuestas:** Obtener datos cuantitativos sobre el acceso a recursos digitales y la comprensión de materiales impresos.

5.3.2. Fase 2: Definir

- **Análisis temático:** Para sintetizar y organizar los datos recopilados en la fase anterior, identificando patrones y necesidades clave.
- **Árbol de problemas:** Visualizar las causas y efectos de las dificultades en la comunicación visual del barrio.

5.3.3. Fase 3: Idear

- **Lluvia de ideas:** Generar múltiples soluciones creativas para abordar las necesidades específicas de los usuarios.
- **Mapas mentales:** Organizar las ideas en categorías para identificar conexiones y complementariedad.
- **Co-creación:** Involucrar a los habitantes en talleres participativos para definir los contenidos y el diseño de la guía.
- **Selección de ideas (matriz de factibilidad e impacto):** Evaluar las propuestas según su viabilidad técnica y relevancia para la comunidad.

5.3.4. Fase 4: Prototipar

- **Bocetación:** Desarrollo de propuestas iniciales de logotipo y elementos gráficos para explorar diferentes alternativas visuales de identidad institucional.
- **Mockups:** Creación de aplicaciones visuales de la identidad gráfica en piezas institucionales como papelería, redes sociales, pendones, camisetas y formatos de comunicación comunitaria.

- **Diagramación editorial:** Organización visual y estructuración del contenido del manual de marca, definiendo jerarquías visuales, retículas, composición y distribución de elementos gráficos.
- **Prototipos digitales:** Elaboración de versiones preliminares del manual de identidad visual para evaluar la coherencia gráfica y funcionalidad de las aplicaciones institucionales.
- **Pruebas de aplicación visual:** Validación del comportamiento de la identidad gráfica en diferentes formatos impresos y digitales, garantizando legibilidad, reconocimiento y coherencia institucional.

5.3.5. Fase 5: Probar

- **Pruebas de usabilidad:** Observar cómo los habitantes utilizan la guía y recopilar comentarios sobre su experiencia.
- **Entrevistas de retroalimentación:** Obtener insights cualitativos sobre la claridad y utilidad de la guía.
- **Cuestionarios post-prueba:** Evaluar la satisfacción de los usuarios y recoger sugerencias de mejora.
- **Iteración:** Incorporar los comentarios para ajustar y perfeccionar la guía en ciclos sucesivos.

5.4. Instrumentos para la recolección de datos

Para capturar y organizar la información, se utilizarán los siguientes instrumentos:

- **Fichas de Referentes: Herramientas que permiten sistematizar información** obtenida de documentos, proyectos visuales, y estudios previos. Incluyen categorías como autor, título, temática, y datos clave que aportan al análisis.
- **Uso en el proyecto:** Para analizar ejemplos de comunicación visual inclusiva aplicados en otras comunidades o proyectos similares.
- **Guía de entrevista:** Documento estructurado que contiene preguntas abiertas y semi

estructuradas diseñadas para explorar opiniones, percepciones y experiencias de los participantes.

- **Cuestionarios Estructurados:** Formularios con preguntas cerradas diseñadas para recopilar datos cuantitativos sobre la percepción, uso y satisfacción de los habitantes con los sistemas de comunicación visual actuales.

5.5. Tipo de investigación

El tipo de investigación de este proyecto es principalmente cualitativo y participativo, ya que busca comprender las necesidades comunicativas, percepciones y problemáticas relacionadas con la identidad visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. A través de entrevistas, observación directa y análisis visual, se recopiló información sobre el reconocimiento institucional, el uso de elementos gráficos y la forma en que la comunidad percibe la imagen de la organización. La investigación tuvo un enfoque participativo, permitiendo la integración de opiniones y aportes de miembros de la comunidad durante el proceso de desarrollo de la propuesta gráfica. Asimismo, se empleó una metodología centrada en el usuario, aplicada de manera iterativa para ajustar las propuestas visuales según las necesidades identificadas.

Las técnicas utilizadas incluyeron análisis de referentes visuales, bocetación, desarrollo de prototipos gráficos, mockups y validación de aplicaciones visuales, permitiendo evaluar la funcionalidad, coherencia y reconocimiento de la identidad desarrollada. Este enfoque facilitó la creación de un manual de marca sólido y representativo, orientado a fortalecer la imagen institucional y la comunicación visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario.

5.5.1. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación de este proyecto es descriptivo, ya que busca identificar y describir las necesidades, problemáticas y características relacionadas con la identidad visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. La investigación se centra en analizar cómo la ausencia de

una identidad gráfica estructurada afecta el reconocimiento institucional, la coherencia visual y la difusión de información dentro de la comunidad.

A través del proceso investigativo, se recopilaron percepciones y referencias visuales que permitieron comprender la manera en que la comunidad identifica actualmente a la Junta de Acción Comunal y cómo interactúa con sus piezas comunicativas. Además, se analizaron elementos gráficos existentes para reconocer falencias visuales y oportunidades de mejora en la construcción de una identidad institucional más sólida y representativa.

El propósito de esta investigación es generar las bases necesarias para el desarrollo de un rediseño de identidad visual y un manual de marca que permita unificar criterios gráficos y fortalecer la comunicación visual de la organización. La investigación no busca establecer relaciones causales, sino identificar características y necesidades que orienten el desarrollo de una propuesta gráfica coherente, funcional y adaptable a diferentes medios de aplicación.

5.5.2. Finalidad de la investigación

La finalidad de la investigación de este proyecto es aplicada, ya que busca dar solución a una problemática específica relacionada con la identidad visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. A través del proceso investigativo, se pretende desarrollar un rediseño de identidad visual y un manual de marca que fortalezcan el reconocimiento institucional y mejoren la coherencia gráfica en las comunicaciones de la organización.

Mediante este enfoque, se utilizan los conocimientos obtenidos durante la investigación para diseñar soluciones visuales prácticas y funcionales que respondan a las necesidades comunicativas de la comunidad. El proyecto está orientado a la creación e implementación de lineamientos gráficos que permitan un uso adecuado y consistente de la identidad visual en diferentes medios impresos y digitales.

Esta investigación busca que el conocimiento generado se traduzca en una propuesta gráfica sólida

y aplicable, contribuyendo al fortalecimiento de la imagen institucional y al mejoramiento de la proyección visual de la Junta de Acción Comunal dentro del barrio Tricentenario.

5.5.3. Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación para este proyecto es mixto, ya que integra métodos cualitativos y cuantitativos con el fin de obtener una comprensión más completa sobre las necesidades comunicativas y visuales de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario.

El enfoque cualitativo permitió analizar de manera profunda las percepciones, experiencias y problemáticas relacionadas con la identidad visual y el reconocimiento institucional de la organización. Para ello, se emplearon técnicas como entrevistas, observación directa y análisis de referentes visuales, permitiendo identificar necesidades gráficas, falencias comunicativas y oportunidades de mejora en la imagen institucional.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo se desarrolló mediante encuestas y recopilación de información que permitió conocer la percepción de la comunidad frente a los elementos visuales utilizados por la Junta de Acción Comunal, así como el nivel de reconocimiento y recordación de su identidad gráfica.

La combinación de ambos enfoques permitió obtener una visión integral del contexto y fundamentar el desarrollo del rediseño de identidad visual y del manual de marca en datos reales y necesidades identificadas dentro de la comunidad. Este proceso garantizó la creación de una propuesta gráfica coherente, funcional y representativa para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario.

5.5.4. Fuentes de datos

En este proyecto, las fuentes de datos fueron tanto primarias como secundarias. Las fuentes primarias incluyeron entrevistas y conversaciones con miembros de la Junta de Acción Comunal y habitantes del barrio Tricentenario, permitiendo conocer sus percepciones, necesidades y opiniones

relacionadas con la identidad visual y la comunicación institucional de la organización. Asimismo, se realizaron observaciones directas sobre el uso actual de piezas gráficas y elementos visuales empleados en la difusión de información comunitaria.

También se desarrollaron procesos de revisión y validación de propuestas gráficas mediante prototipos y aplicaciones visuales, donde se obtuvo retroalimentación sobre aspectos como reconocimiento, legibilidad, coherencia y representación de la identidad institucional.

Por otro lado, las fuentes secundarias estuvieron conformadas por artículos académicos, libros, manuales de identidad visual, referentes gráficos y documentos relacionados con branding, diseño de identidad corporativa y comunicación visual. Además, se consultaron proyectos y referencias visuales de organizaciones comunitarias e institucionales que sirvieron como apoyo conceptual y gráfico para el desarrollo del manual de marca.

Estas fuentes permitieron obtener información tanto del contexto específico de la comunidad como de referentes teóricos y visuales necesarios para la construcción de una identidad gráfica coherente, funcional y representativa para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario.

5.5.5. Técnicas e instrumentos para recolección de la información

A continuación, se describen las herramientas empleadas para obtener la información necesaria para la investigación.

Técnica	Instrumento	Ejemplo en el Proyecto
Análisis de Contenido	Fichas de referentes, revisión documental, y análisis de materiales visuales existentes.	Revisión de guías de comunicación inclusiva de otras comunidades y proyectos similares para identificar enfoques clave y elementos aplicables.
Observación Participativa	Diario de campo, registros fotográficos, notas de observación directa.	Participación en actividades locales de la comunidad en la UVA, documentando las interacciones, necesidades, y percepciones de los usuarios.
Entrevistas Semiestructuradas	Guía de entrevista, grabaciones, transcripciones, notas analíticas.	Entrevistas con habitantes del barrio Tricentenario, líderes comunitarios y agentes de cambio para recoger testimonios y evaluar la accesibilidad actual.

Encuestas Cuantitativas	Cuestionarios estructurados aplicados en línea o en papel.	Encuestas a los habitantes del barrio para recopilar información sobre el nivel de satisfacción con la comunicación visual y sus necesidades específicas.
Cartografía Social	Mapas colaborativos, herramientas digitales o análogas, notas de análisis.	Creación de un mapa comunitario para identificar puntos clave donde se necesitan sistemas de comunicación más inclusivos y efectivos.
Grupos Focales	Guía de discusión, moderador, grabaciones, notas de campo.	Reuniones con miembros de la comunidad para discutir en grupo sus percepciones sobre las barreras comunicativas y validar ideas propuestas.

5.6. Recursos del proyecto

la distribución de recursos para el rediseño se proyecta de la siguiente manera

Tipo de Recurso	Descripción	Detalle en el Proyecto	Duración	Costos Estimados
Recursos Humanos	Equipo de Diseño Gráfico	Diseñador gráfico responsable del desarrollo de la nueva identidad visual.	4 meses	\$3.200.000
	Asesor metodológico	Docente asignado por la U.	4 meses	\$1,200,000
Recursos Técnicos	Software de Diseño	Herramientas como Adobe Illustrator, Photoshop, y Figma para la creación y prototipado.	4 meses	\$5,000,000
	Equipos de Cómputo	Computadoras de alto rendimiento necesarias para el trabajo de diseño gráfico y edición.	4 meses	\$5,000,000
Recursos Materiales	Herramientas gráficas	Impresiones, mockups, y materiales físicos necesarios para la creación de prototipos visuales.	4 meses	\$3,000,000
Recursos Logísticos	Transporte	Gastos asociados con el transporte de materiales y personal a las diferentes locaciones.	4 meses	\$1,500,000
Costo total				18.900,000

5.7. Cronograma de actividades

El siguiente cronograma presenta la planificación de las actividades desarrolladas durante las diferentes etapas del proyecto.

ACTIVIDADES A REALIZAR (colocar acá los objetivos específicos del proyecto)	RESPONSABLE(S)	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				
		SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM	SM
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Desarrollo de la estructura de la guía (esquema claro, horarios, actividades)		x	x	x														
Sistema gráfico asertivo (íconos, colores, tipografías accesibles)					x	x	x											
Creación de formatos impresos (guía en papel)								x	x	x								
Creación de formatos digitales (guía en formato digital)														x	x	x		
Difusión de la guía (entrega de materiales y socialización)																x	x	x

6. RESULTADOS DEL PROYECTO

6.1. En el diseño de la investigación

El diseño de la investigación para este proyecto es no experimental y transversal, ya que no se manipulan variables de manera controlada, sino que se analiza la situación actual de la identidad visual y la comunicación gráfica de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario en su contexto real.

Isologo inicial de autor desconocido, JAC, Barrio Tricentenario, Medellín. 2000

Vs

Isologo **Rediseño** Geraldine Bustamante, Institución Universitaria Pascual Bravo, Medellín 2026



6.2. En los métodos de investigación

Se emplearon métodos descriptivos y de observación para identificar las necesidades visuales, problemáticas comunicativas y percepciones de la comunidad frente a la imagen institucional existente.

Este enfoque permitió recopilar información sobre el reconocimiento de la identidad gráfica, el uso de elementos visuales y la manera en que la comunidad interactúa con las piezas comunicativas de la organización, sin intervenir directamente en las dinámicas del entorno.

6.3. En los prototipos y elementos del diseño

Al tratarse de una investigación transversal, el estudio se desarrolló en un periodo específico de tiempo, permitiendo obtener una visión general de las condiciones actuales relacionadas con la identidad visual de la Junta de Acción Comunal. Esto facilitó la identificación de necesidades y oportunidades de mejora que orientaron el desarrollo del rediseño de identidad visual y del manual de marca.

Para consultarlo o descargarlo, consultar en:

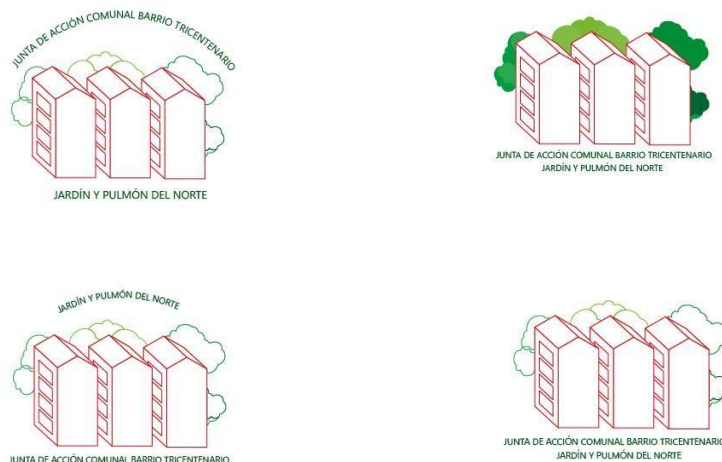
[Anexo 7. Manual Actualizado JAC 2026 Tricentenario.pdf](#)

6.4. Registro del proceso

Como resultado final de la investigación se entrega el Manual de implementación para la identidad visual de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario, se entrega terminado y actualizado el 30 de mayo del 2026. Los derechos morales pertenecen a la estudiante y los derechos patrimoniales pueden ser cedidos a la junta.

Proceso exploración, pruebas y bocetación





6.5. Análisis del impacto

La implementación del manual de identidad visual para la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario representa un aporte significativo al fortalecimiento de su imagen institucional y a la mejora de sus procesos de comunicación. A través de la definición de lineamientos gráficos claros y estandarizados, la organización cuenta con una herramienta que facilita la correcta aplicación de su identidad visual en diferentes medios y piezas de comunicación.

El principal impacto de este proyecto radica en la posibilidad de construir una imagen más coherente, organizada y reconocible para la comunidad. La unificación de elementos como el logotipo, la tipografía, los colores institucionales y las aplicaciones gráficas permite que los mensajes emitidos por la Junta de Acción Comunal sean identificados con mayor facilidad por los habitantes del barrio, fortaleciendo la confianza y el reconocimiento de la organización.

Asimismo, el manual de identidad visual contribuye a optimizar la comunicación institucional al establecer criterios claros para la elaboración de material informativo, publicitario y comunitario.

Esto favorece la transmisión efectiva de información relacionada con actividades, eventos, proyectos y procesos desarrollados por la Junta de Acción Comunal, reduciendo inconsistencias visuales y mejorando la comprensión de los mensajes.

Desde una perspectiva comunitaria, el proyecto fortalece el sentido de pertenencia hacia la organización al proyectar una imagen más profesional y representativa de los valores del barrio Tricentenario. Una identidad visual bien estructurada permite consolidar la presencia institucional de la Junta dentro de la comunidad y facilita su interacción con habitantes, líderes comunitarios, entidades públicas y organizaciones externas.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de este proyecto permitió identificar la importancia de contar con una identidad visual sólida y coherente para fortalecer la imagen institucional de la Junta de Acción Comunal del barrio Tricentenario. A través del análisis de la identidad existente, se evidenció la necesidad de actualizar sus elementos gráficos para lograr una comunicación más clara, organizada y representativa de la comunidad.

La aplicación de la metodología de investigación permitió recopilar información relevante sobre las características, necesidades y percepción de la organización, lo que facilitó la construcción de una propuesta visual alineada con los valores, objetivos y esencia de la Junta de Acción Comunal.

Como resultado del proceso, se desarrolló un rediseño de identidad visual que incluye elementos gráficos coherentes y funcionales, acompañados de un manual de identidad visual que establece los lineamientos necesarios para garantizar la correcta aplicación de la marca en diferentes medios y formatos.

Asimismo, se concluye que una identidad visual bien estructurada no solo contribuye al reconocimiento institucional, sino que también fortalece la credibilidad, la recordación y la proyección de la organización frente a la comunidad y demás actores sociales con los que interactúa. Finalmente, el proyecto permitió evidenciar el papel del diseño gráfico como una herramienta estratégica para la construcción de identidad institucional, demostrando que una comunicación visual coherente puede aportar al fortalecimiento y posicionamiento de organizaciones comunitarias.

7.1. Nuevas preguntas derivadas del proyecto

Durante el desarrollo de la investigación surgieron nuevas inquietudes que podrían ser abordadas en futuros estudios:

- ¿Cuál será el impacto de la implementación de la nueva identidad visual en el reconocimiento

de la Junta de Acción Comunal por parte de la comunidad?

- ¿Cómo influirá la aplicación constante del manual de identidad visual en la percepción institucional de la organización a largo plazo?

- ¿Qué estrategias de comunicación digital podrían complementar la nueva identidad visual para fortalecer la interacción con la comunidad?

- ¿Cuál es el nivel de apropiación de la nueva identidad visual por parte de los líderes comunitarios y habitantes del barrio Tricentenario?

7.2. Recomendaciones

Se recomienda a la Junta de Acción Comunal implementar de manera consistente los lineamientos establecidos en el manual de identidad visual, con el fin de garantizar la uniformidad y coherencia de la imagen institucional en todos sus medios de comunicación.

Es importante realizar procesos de socialización del manual con los integrantes de la organización para asegurar el correcto uso de los elementos gráficos y evitar aplicaciones inadecuadas que puedan afectar la identidad de la marca.

Como segunda etapa del proyecto, se recomienda desarrollar una estrategia integral de comunicación que incluya piezas impresas, medios digitales y redes sociales, aprovechando la nueva identidad visual como base para fortalecer la difusión de información y el posicionamiento institucional.

Finalmente, para futuras investigaciones, se sugiere evaluar el impacto y la efectividad de la nueva identidad visual mediante encuestas, entrevistas o estudios de percepción que permitan medir su aceptación y contribución al fortalecimiento de la organización comunitaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. Madrid, España.

Chaves, N. (2020). *Marca gráfica corporativa, institucional y de lugar*. Experimenta Libros. Madrid, España.

Constitución Política de Colombia. (1991). *Gaceta Constitucional No. 116*. Imprenta Nacional. Bogotá, Colombia.

Decisión 351 de 1993. *Régimen común sobre derecho de autor y derechos conexos*. Comisión de la Comunidad Andina.

Decisión 486 de 2000. *Régimen común sobre propiedad industrial*. Comisión de la Comunidad Andina.

Durkheim, É. (1984). *La división del trabajo social* (Trad. Carlos G. Posada). Akal. (Obra original publicada en 1893). Madrid, España.

Flórez Calderón, B. N. (2010). *Guía para diseñar una marca*. Cali, Colombia: Programa Editorial Universidad Autónoma de Occidente.

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Ediciones Infinito. Buenos Aires, Argentina.

BIBLIOGRAFÍA

Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Paidós. Barcelona, España.

Costa, J. (2008). *Diseñar para los ojos*. Grupo Design. La Paz, Bolivia.

Landa, R. (2011). *Diseño gráfico y publicidad: Fundamentos y aplicaciones*. Anaya Multimedia. Madrid, España.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Principios universales del diseño*. Blume. Barcelona, España.

Munari, B. (2008). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili. Barcelona, España.

Otl Aicher, K. (2007). *Analógico y digital*. Gustavo Gili. Barcelona, España.

Samara, T. (2010). *Los elementos del diseño gráfico*. Gustavo Gili. Barcelona, España.

Wheeler, A. (2018). *Diseño de identidad de marca (5.ª ed.)*. Anaya Multimedia. Madrid, España.

Wong, W. (2013). *Fundamentos del diseño*. Gustavo Gili. Barcelona, España.

ANEXOS

Lista de anexos que se entregan en la carpeta:

- [Anexo 1. Copia Formulario Tricentenario](#)
- [Anexo 2. Preguntas Encuesta Tricentenario.pdf](#)
- [Anexo 3. Logo Original Vs Rediseño Tricentenario.pdf](#)
- [Anexo 4. Bocetos Rediseño IsologoJAC Tricentenario..pdf](#)
- [Anexo 5. Rediseño IsologoJAC Tricentenario.pdf](#)
- [Anexo 6. Planimetria IsologoJAC Tricentenario.pdf](#)
- [Anexo 7. Manual Actualizado JAC 2026 Tricentenario.pdf](#)